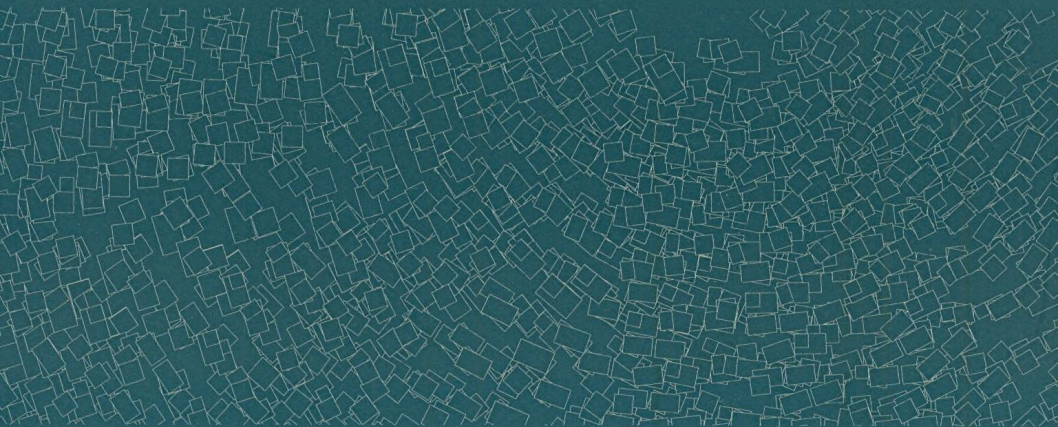


12



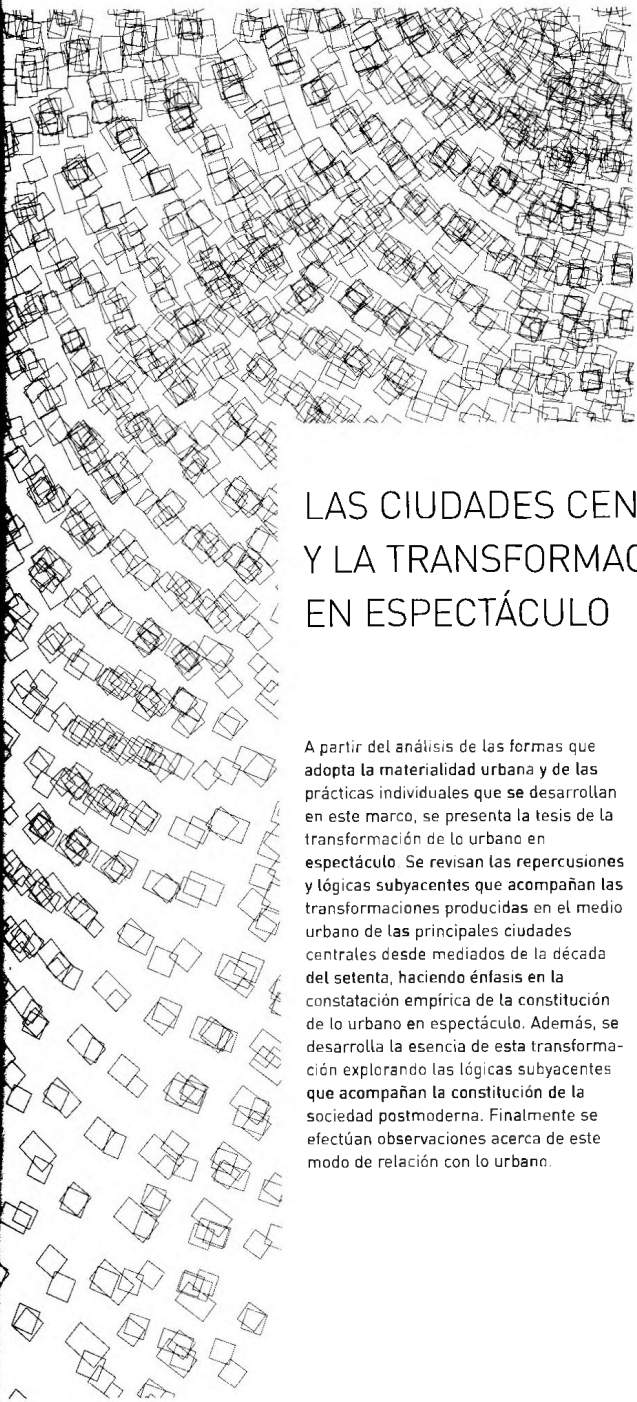
AREA

AGENDA DE REFLEXIÓN
EN ARQUITECTURA, DISEÑO
Y URBANISMO

agenda of reflection on architecture,
design and urbanism

AGOSTO DE 2006 | ISSN 0328-1337

Universidad de Buenos Aires
Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo
Secretaría de Investigaciones



espacio urbano
ciudades centrales
transformación
espectáculo

urban space
central cities
transformation
spectacle

> JUAN CARLOS ETULAIN | ISABEL LÓPEZ
Universidad Nacional de La Plata

LAS CIUDADES CENTRALES Y LA TRANSFORMACIÓN DE LO URBANO EN ESPECTÁCULO

A partir del análisis de las formas que adopta la materialidad urbana y de las prácticas individuales que se desarrollan en este marco, se presenta la tesis de la transformación de lo urbano en espectáculo. Se revisan las repercusiones y lógicas subyacentes que acompañan las transformaciones producidas en el medio urbano de las principales ciudades centrales desde mediados de la década del setenta, haciendo énfasis en la constatación empírica de la constitución de lo urbano en espectáculo. Además, se desarrolla la esencia de esta transformación explorando las lógicas subyacentes que acompañan la constitución de la sociedad postmoderna. Finalmente se efectúan observaciones acerca de este modo de relación con lo urbano.

Central cities and the urban transformation in spectacle

From the analysis of the forms that urban materiality adopts and the individual practices of urban development, the thesis of the urban transformation in spectacle is presented. The repercussions and the underlying logics that accompany the transformations produced in the central cities beginning in Baltimore since the seventies are revised (seventies until nineties in Buenos Aires), making emphasis in the empiric verification of the constitution of the urban space in spectacle. Moreover, the essence of this transformation is developed exploring the underlying logics that accompany the constitution of the postmodern society. Finally, observations are carried out about this way of relationship with the commanding rules.

El crecimiento actual de las ciudades centrales: la constitución de lo urbano como espectáculo

Con la adopción del neoliberalismo como política económica a escala mundial a mediados de los setenta, sumado a la revolución tecnológica organizada en torno a las tecnologías de información y comunicación (la era de las telecomunicaciones), la ciudad surge como protagonista de nuestra época en el escenario internacional. Con distintos roles y jerarquías, autores como Saskia Sassen (1997), Jordi Borja y Manuel Castells (1997) y John Friedmann (1998) demuestran cómo las principales ciudades de Europa, Asia, Estados Unidos, Europa del Este y América latina, en menor medida, aparecen y se constituyen como los espacios posibles para poner en marcha el motor de desarrollo de la economía de la propia ciudad y de sus países, así como de los bloques regionales que integran. Representan el lugar privilegiado para la valorización de los capitales financieros globalizados.

Desde esta perspectiva se ha contribuido o al menos alimentado la competitividad entre las ciudades, la construcción de redes y sistemas de carácter transnacional —en algunos casos como estrategia nacida de las ciudades y no de los gobiernos centrales—, las ciudades *manager*, el marketing urbano, las políticas internacionales de las ciudades y la creación de *lobbies* entre las grandes ciudades como expresión de autonomía respecto a los gobiernos nacionales, a la vez que como presión frente a éstos y frente a organismos políticos y financieros internacionales.

La ciudad, y especialmente *lo urbano*, entran así en la lógica del consumo y del espectáculo y se adaptan a nuevas exigencias expositivas so pena de quedar marginados (Prats 1997: 41). Como se demostrará a continuación, el mercado reordena el espacio como escenario del consumo a través de las distintas formas que adopta la materialidad urbana y las prácticas individuales que se desarrollan en ella, mediante intervenciones que tienden a la puesta en escena de la "centralidad", la "producción de patrimonios" urbanos, la "autonomización del espacio comercial" y la "vida con la naturaleza" como

reconstrucción de la ciudad inhóspita, a las que se suman una multitud de acciones en que el espacio se modela para el espectáculo. Desde una perspectiva general, Peter Hall (1988 [1996: 361]) expresa que el estado actual de las principales ciudades mundiales supone "la deliberada creación de la ciudad como escenario. Como pasa en el teatro, parece que sea de verdad pero no es vida urbana como la que siempre hemos conocido. [...] lo que pasa es que, por incongruente que parezca, son de verdad."

Puesta en escena de la centralidad: las intervenciones urbanas de gran escala en vacíos interiores

A finales de los años setenta, expresa Hall (1988 [1996: 358-359]), parecía que las ciudades norteamericanas habían encontrado la "fórmula de la revitalización urbana", consistente en un nuevo tipo de colaboración creativa entre el ayuntamiento de la ciudad y el sector privado. Había que aceptar que los tiempos de la economía de las manufacturas urbanas habían pasado y que la clave consistía en encontrar para la ciudad un nuevo papel como centro de servicios. Parecía que los aburridos "suburbanistas" estaban dispuestos a volver en masa a una ciudad restaurada que les ofrecía una calidad de vida que no podían encontrar en el centro comercial de su zona. Los *yuppies* (*young urban professionals*) —palabra que comenzó a circular a comienzos de los años ochenta— convertirían las zonas abandonadas que estaban cerca de los centros en áreas residenciales e invertirían en reconvertir boutiques, bares y restaurantes. Por último, la ciudad renovada atraería a los turistas y de esta manera se convertiría en una nueva fuente de ingresos.

Esta era la fórmula que había dado nueva vida al frente marítimo de Boston y la que estaba transformado el puerto interior de Baltimore y el de Nueva York, a través de intervenciones urbanas en gran escala que incorporaban una nueva combinación de actividades: recreo, cultura, centros comerciales y viviendas de diversas categorías. Esta combinación de funciones tendía a superar

los inconvenientes generados por el modo urbano implementado por el movimiento moderno, basado en el *zoning* y la separación de funciones en el espacio (trabajo, residencia, comercio y recreación).

Este proceso se implementa posteriormente en un gran número de viejas ciudades industriales norteamericanas y del mundo, teniendo como finalidad principal la atracción de turistas (Baltimore, por ejemplo, atrae 22 millones de visitantes por año, de los cuales 7 millones son turistas).¹

En este contexto, la intervención urbana a gran escala empieza en los ochenta a convertirse en sinónimo de reestructuración urbana efectiva en los Estados Unidos, para posteriormente ser adoptada como modelo por otras ciudades. Así, centros urbanos² como Londres, Birmingham, Manchester y Glasgow en Gran Bretaña, París, Lyon, Montpellier y Lille en Francia, Barcelona, Madrid, Bilbao, Valencia y Sevilla en España, Rotterdam, Amsterdam y Amberes en Holanda, Génova, Milán y Turín en Italia, Frankfurt, Munich, Stuttgart y Berlín en Alemania, Buenos Aires en Argentina, el Distrito Federal en México, Río de Janeiro en Brasil, Bogotá en Colombia y Santiago en Chile, entre otros, pronto empezaron a seguir su ejemplo, redescubriendo sus propios lugares oportunos en áreas degradadas y abandonadas por el declive de la manufactura, la descentralización y reestructuración productiva, a lo que se suma el avance tecnológico en el sistema portuario y ferroviario, que posibilitó la racionalización del espacio ocupado, y las transformaciones en la cuestión de seguridad (espacios militares, policía, etc.) que liberaron importante superficie en puntos estratégicos de la ciudad.

De esta manera, grandes operaciones de renovación urbana intentaron una profunda transformación física y económica de las ciudades mediante la reconversión de áreas degradadas generadas por la existencia de vacíos urbanos abandonados, utilizando programas que incorporan usos múltiples (*mix use*), al integrar espacios para oficinas, vivienda, centros comerciales, servicios de recreación y cultura e infraestructuras orientadas al turismo y el consumo.

Estos emprendimientos fueron comúnmente

ligados a estrategias de reconstrucción de la imagen y promoción de la ciudad, con el soporte de una combinación de proyectos piloto, parques centrales, festivales de arte y otros eventos internacionales notables, que dieron el ímpetu de desarrollo inicial y que desempeñaron un rol propagandístico para atraer futuras inversiones. No obstante, más que otro asunto, esta estrategia ha sido cuestionada sobre la base de sus efectos altamente polarizantes sobre la estructura urbana. En verdad, hay creciente evidencia de que la regeneración dirigida a lo espacial, en ciertos casos, puede haber contribuido al mejoramiento del crecimiento de fragmentos urbanos, antes que a la reducción de las desigualdades sociales y espaciales.

Una preocupación reducida a los factores físicos de la regeneración, con tendencia al "centro de la ciudad" en la mayoría de los proyectos, da cuenta de los efectos de esta estrategia. La concentración de inversión pública en estos sitios, por lo general, no involucra una redistribución de recursos en otras áreas menos rentables, con lo cual los beneficios de la intervención están lejos de ser distribuidos uniformemente entre los barrios y grupos sociales. Como resultado de esto, a menudo la regeneración del centro de la ciudad contrasta con la realidad de una amplia pobreza, desempleo y degradación ambiental en sus áreas aledañas.

Los riesgos de una "metropolización a dos velocidades" (Busquets 1993: 166), con áreas centrales regeneradas y periferias metropolitanas en declive, son fácilmente manifestos en algunos casos considerados "exitosos", como Pittsburgh, Cleveland, Baltimore, los muelles de Londres³ y, a escala local, Puerto Madero en Buenos Aires.⁴

Producción-activación de patrimonios urbanos: la rehabilitación de centros históricos

Acompañando las intervenciones urbanas de gran escala que ponen en escena la centralidad, se comienza a intervenir sobre el tejido consolidado degradado de las ciudades revisadas, mediante actuaciones de rehabilita-

1. Caracterizado como la "Rousificación" de Boston y Baltimore, en relación con el promotor James Rouse, encargado de llevar a cabo las intervenciones a través de la Rouse Corporation (Hall 1988 [1996: 360]).

2. Pitulain ha identificado, sistematizado y clasificado intervenciones urbanas de gran escala y de gestión mixta en 40 países, tanto en vacíos interiores o de extensión como en tejidos urbanos consolidados degradados, con motivo del desarrollo de la tesis doctoral y beca posdoctoral interna del Conicet.

3. Pittsburgh, calificada en 1985 como la ciudad más habitable de los Estados Unidos por el *Rand MacNally Places Rated Almanac*, tuvo al mismo tiempo el segundo lugar en el registro de niveles de desempleo de su población negra. En Cleveland, el 40% de la población vive bajo la línea de pobreza, a pesar del notable desarrollo del centro de la ciudad. En Baltimore, grandes secciones de la ciudad presentan una severa crisis económica, a pesar de la atracción de 9 millones de visitantes cada año al renovado Inner Harbor. En los muelles de Londres, los efectos multiplicadores y los beneficios de goteo del masivo desarrollo en la población local son generalmente reconocidos como mínimos (citado por Rodríguez 1995: 163).

4. Que convive con la presencia a pocas cuadras de la Villa 31 (13.290 habitantes, a octubre de 2000), con niveles altísimos de pobreza (49,7%, a mayo de 2002), indigencia (27,7%, a mayo de 2002) y desempleo en la región metropolitana (24,2% a mayo de 2002), según el INDEC.

La ciudad, y especialmente lo urbano, entran así en la lógica del consumo y del espectáculo y se adaptan a nuevas exigencias expositivas so pena de quedar marginados.

ción, preservación, revitalización y mejoramiento, procurando optimizar el funcionamiento de la ciudad y generalmente convirtiendo la realidad en espectáculo. Lo urbano se transforma en decorado, en artículo de consumo para el turismo, relegándose a un segundo plano el objetivo de elevar la calidad de vida de los habitantes residentes en los centros históricos degradados.

Gerard Althabe y Félix Schuster (1999: 182-185) expresan que "la transformación del centro de las ciudades en patrimonio supone una articulación entre la producción de lugares, la valoración de un pasado urbano y, al mismo tiempo, la producción de una identidad urbana ligada a la centralidad. ¡Es imposible separar la noción de centralidad de estas transformaciones del lugar urbano en patrimonio, para construir una imagen de la ciudad como una realidad con su singularidad propia! Los muros se transforman en charlatanes, contando las vivencias de sus antiguos habitantes." No obstante, estos autores señalan que la cuestión de saber qué significa semejante producción de identidad para los pobladores de la ciudad sigue pendiente. Se trata de producciones simbólicas que no pasan por los espacios de comunicación interpersonal, son construcciones de imágenes realizadas a través de los medios de comunicación. La producción del patrimonio participa de las prácticas más globales de creación de identidades colectivas al nivel de la ciudad.

De esta forma, Althabe y Schuster identifican una doble producción de patrimonio urbano: "la interna", identitaria, y que se realiza en el marco de prácticas de producción de identidades colectivas, y "la externa", que posee un sentido comercial, donde el turista es la mirada exterior que participa en la elaboración de las identidades colectivas. Por lo tanto, la noción de patrimonio es esencialmente externa, es asunto de los poderes y de los intelectuales (arquitectos y sociólogos, entre otros) que aconsejan a estos poderes. La gente no siempre valora la rehabilitación.

De igual manera, Llorenç Prats (1997: 42) señala que nace un nuevo tipo de "activaciones patrimoniales" cuya motivación ya no es de carácter identitario, sino abiertamente turístico y comercial, para lo cual los referentes activados y los significados conferidos no responden ya a los diversos *nosotros del nosotros* que pueden representar las distintas versiones de la identidad, sino al (sin los) *nosotros de los otros*, es decir, a la imagen externa, y a menudo estereotipada, que se tiene de nuestra identidad (de los protagonistas) desde los centros emisores de turismo.

Autonomización del comercio: redefinición de la estructura del espacio comercial

Como hemos visto, en los últimos años las ciudades o metrópolis centrales parecen perder sus funciones predominantemente productivas y son reacondicionadas principalmente en función del consumo, el mercado y la gestión empresarial. En tal sentido, a partir de la redefinición de la estructura del espacio comercial puesta en la lógica del espectáculo, Althabe (2000) identifica dos procesos simultáneos que se vienen registrando, como son la "autonomización de la exposición" y el "cuestionamiento a lo urbano".

El primero de ellos deviene del objeto puesto en la lógica del espectáculo. El objeto en tanto mercancía pierde su especificidad, pero en la exposición recupera una singularidad: *la diversidad*. Igualmente se asiste a una autonomización de la exposición, puesta de manifiesto cuando los objetos entran en la composición de las vitrinas de los centros comerciales tradicionales de las principales ciudades del mundo, en donde se busca más la presentación de la imagen de la empresa que la venta del objeto en sí mismo.

Este momento es correlativo a otro del intercambio comercial, como es la desaparición del mercader. Así, del supermercado o almacén se pasa al autoservicio, de la bouti-

que tradicional con el vendedor detrás del mostrador, se asiste a la exposición y el auto-servicio. Exposición que llega incluso a hacer diluir la relación entre la calle y el espacio comercial mediante la desmaterialización de la fachada y la automatización de las puertas, que se hacen electrónicas y corredizas buscando que el interior quede anexo al exterior y convirtiendo la exposición en ilusoria. Simultáneamente se registra un proceso que cuestiona lo urbano a partir de los nuevos centros de compra, entretenimientos y espectáculo. Grandes complejos son localizados y edificados fuera de las ciudades o en los bordes de las metrópolis centrales, auténticos representantes de los "no lugares" identificados por Marc Augé (1992 [1998: 84]), producto de la sobremodernidad. Las pautas de asentamiento de estas nuevas modalidades comerciales ponen en crisis la estructura tradicional del espacio público⁵ (calle) como ámbito de interacción, proponiendo —sobre la base de la presencia del automóvil— nuevas empresas de comercialización muy concentradas, que desarrollan su actividad dentro de un espacio privado que paradójicamente reproduce interiormente la idea de calle. Se localizan como nuevas centralidades que emergen de los cruces de grandes autopistas, modificando las pautas tradicionales del asentamiento comercial de corredores y centros. Los cambios de velocidad en los carriles laterales, así como los accesos y las salidas, pasan a ser los "nodos" de localización comercial. Sin embargo, en la actualidad ambos parámetros coexisten, tendiendo a diferenciarse unos de otros en función de los sectores sociales que convocan. De esta forma, el intercambio comercial es el cumplimiento de la operación en su inversión, se realiza en todas partes, no solamente en el espacio interior. Está en el centro, en la periferia y en el subterráneo, condición que Armando Silva (1992: 66) ha caracterizado al señalar que "la ciudad toda es una gran vitrina".

La vida con la naturaleza como reconstrucción de la ciudad: la disociación de los espacios de cohabitación en los márgenes urbanos

Sustentadas en la elevación del índice de motorización y de la movilidad en general, en las mejoras en la red de infraestructura vial mediante la proliferación de las autopistas, en el avance de las tecnologías de comunicación, en la instauración por parte del mercado de un "modo de vida ecológico" en contacto directo con la naturaleza, y sumado al incremento de la inseguridad que transforma el espacio urbano público en un espacio extraño y peligroso, han surgido en algunos casos, y en otros intensificado, las modalidades residenciales de baja densidad, localizadas en áreas verdes y pintorescas de la periferia de las ciudades centrales e intermedias próximas a ellas.

Amalia Signorelli (1999: 86-87) ha señalado que se trata de una verdadera y propia "fuga" de las ciudades. Si bien no estamos frente a un fenómeno generalizado, además de ser todavía numéricamente contenido, parece presentar algunos caracteres distintivos. Afecta principalmente a familias de la clase media y sobre todo media alta, todavía jóvenes y con hijos. Estos sujetos no desean vivir en ciudades suburbanas sino en un pueblo, en una aldea de pocos millares de habitantes, pero que no esté lejos de una ciudad de dimensiones medias ni de las grandes vías de comunicación. Por estas características, S. Wallman (en Signorelli 1999: 86) considera que este fenómeno puede ser considerado típico de la sociedad postindustrial, ya sea en el sentido que se ha hecho posible por las innovaciones ligadas a la tecnología informática y telemática, y por las transformaciones del ciclo productivo, o en el sentido que expresa los nuevos valores y las nuevas aspiraciones posmodernas. Que esté formado por viajeros urbanos que

5. *Noción que se considera como parte constitutiva y sustento esencial de la esfera pública. En términos de Hannah Arendt (1958 [1993: 64]), la existencia de una esfera pública y la consiguiente transformación del mundo en una comunidad de cosas que agrupa y relaciona a los hombres entre sí, depende por entero de la permanencia. Si el mundo ha de incluir un espacio público, no se puede establecerlo para una generación y planearlo para los seres vivos, sino que debe superar el tiempo vital de los hombres mortales. Sin esta trascendencia, ningún mundo común ni esfera pública resultan posibles, porque es lo que tenemos en común no sólo con nuestros contemporáneos, sino también con quienes estuvieron antes y con los que vendrán después de nosotros.*

Lo urbano se transforma en decorado, en artículo de consumo para el turismo, relegándose a un segundo plano el objetivo de elevar la calidad de vida de los habitantes residentes en los centros históricos degradados.

alcanzan cotidianamente la metrópolis pero prefieren residir en un pueblo, o que realizan en su casa un trabajo que puede utilizar las conexiones telemáticas, o que han puesto en marcha una actividad en el mismo lugar de residencia, de todos modos este nuevo pueblo de habitantes de los *telecottages* encarnaría la nueva cultura contemporánea. En la sociedad industrial los sujetos deciden su residencia, su identificación con un lugar en base justamente al trabajo y a su propia pertenencia originaria (región de origen, religión, pertenencia lingüística, etc.). Actualmente se estarían instalando y solicitando contextos locales totalizantes "holísticos", que permitirían asumir identidades flexibles. Es la instalación de un nuevo tipo de vida urbana.

Pero *¿qué clase de ciudad será la ciudad de los telecottages?* Hans Schilling (en Signorelli 1999: 87), quien ha estudiado los pueblos de los alrededores de Frankfurt, blancos de las clases medias que quieren dejar la metrópolis, habla de "urbanismo sin urbanidad". La nueva urbanidad coincidiría más con la seguridad que con la libertad, con la estabilización de relaciones de familiaridad en lugar de la activación de relaciones heterogéneas que se renuevan continuamente, con el retiro en lo privado y con una vida pública ficticia, ya que en ella la política es espectacularizada y el consumo es la base para definir el rango y el prestigio. Sin duda hay un concepto nuevo: "el espacio defendible". Tiene un ingrediente vinculado con la seguridad física y otro más cultural que se relaciona con la noción de mundo conocido, hecho a medida. No obstante, la gente cree que se puede aislar en complejos privados, pero en realidad termina presa de un espacio urbano tenso y propio de una sociedad poco grata, que ha llevado, según Althabe (2000), a la "disociación de los espacios de cohabitación tradicional". Espacios vaciados, ya no se vive en

el espacio colectivo de la calle. Esta disociación del hábitat constituye en lugar de pasaje y espectáculo a la ciudad.

Otras acciones en que el espacio se modela para el espectáculo

La constitución del exterior urbano en espectáculo va más allá de la puesta en escena de la centralidad, de la producción-activación de patrimonios urbanos, de la redefinición de la estructura del espacio comercial y de la vida en la naturaleza como reconstrucción de la ciudad considerada inhóspita. Alcanza una multitud de acciones, en que el espacio está modelado en este sentido. Una de ellas tiende a la "disolución de la relación interior/exterior", que vista en la globalidad de las acciones individuales "genera la autonomía de lo exterior". Así, por ejemplo, la utilización del vidrio, o más propiamente del *curtain wall*, como material definitorio de la envolvente de los edificios, tanto en operaciones de rehabilitación como de nueva edificación, diluye la fachada e introduce a sus ocupantes en la escena del espectáculo (vidrio transparente) o a la inversa, niega el adentro y reproduce el paisaje del entorno, multiplicando el espectáculo (vidrio reflejante).

Esta situación genera una disociación entre la piel o envoltura del edificio y el interior, en donde el edificio se convierte en un elemento u objeto en la composición del paisaje urbano, concebido para el espectáculo, alejado de las lógicas que conforman un espacio simbólico colectivo.

Ya no hay formas arquitectónicas que representen algo externo, sino que se bastan a sí mismas. Están hechas para mirar, para construir una imagen, no para generar pertenencia. Por otra parte, la centralidad suele estar representada por edificios en altura, que puestos en la lógica del espectáculo buscan

Sin duda hay un concepto nuevo: "el espacio defendible". Tiene un ingrediente vinculado con la seguridad física y otro más cultural que se relaciona con la noción de mundo conocido, hecho a medida.

Marc Augé expresa que la sobremodernidad es productora de no lugares, es decir, de espacios que no son en sí lugares antropológicos [...]. El espacio del *no lugar* no crea identidad, singularidad, ni relación, sino soledad y similitud.

diferenciarse de aquellos que contradictoriamente hay que reintegrar con este criterio. Conforman una arquitectura autoreferencial, en donde no existen referencias locales, culturales, y donde la simbolización está en relación con la decoración.

Luis Fernández Galiano (1998: 16), revisando la producción arquitectónica realizada en la última década a nivel internacional, señala que ha alumbrado una generación de edificios que "han hecho de la construcción un espectáculo". Rascacielos, aeropuertos o museos compiten para captar al público. La arquitectura, cada vez más impotente para configurar el espacio público, ingresa en el dominio colectivo a través de sus imágenes. Pública o publicitaria, ésta ha sido la arquitectura del pasado reciente, y acaso sea también la del futuro próximo.

Otras acciones tienden a la "exterioridad autonomizada transformada en espectáculo como arte que no hay que destruir". Así, por ejemplo, el diseño del espacio público exterior (veredas, calles peatonales, plazas y parques urbanos), puesto en la lógica del espectáculo, prioriza la composición (abstracción) y la estética resultante antes que la calidad de la resolución, procurando la apropiación del usuario o habitante de la ciudad. Resolución escenográfica que se ve reforzada por la iluminación del espacio urbano. De esta forma se realizan espacios públicos carentes de vegetación y con predominio de superficies pavimentadas en climas cálidos, pérgolas que no protegen del sol, bancos incómodos, lámparas que no iluminan a escala del peatón, etc.

Asimismo, otras acciones procuran la "reutilización de edificios antiguos heredados del pasado, que fueron construidos con una lógica de la simbolización y que ahora son preparados para el espectáculo". Pero ¿cómo son reinventados?

Los edificios cívicos, transformados en museos, lugar de puesta en escena por excelencia. Mediante intervenciones que efectúan su vaciamiento interior y la preservación de su cáscara como caparazón externa. Se pintan y se vacían para reincorporarlos al espectáculo urbano.

Los edificios de culto van sufriendo un movimiento lento de descomposición y progresiva incorporación a la escena del espectáculo. Se recortan lugares al interior para salvaguardar su actividad y se ofrecen a los turistas, quienes pagan para ingresar a ellos. De esta forma, convive muchas veces la celebración de una misa con la visita de turistas. Hasta aquí, en conjunto, se ha suministrado un retrato de las mutaciones operadas en la ciudad y lo urbano. En este panorama faltan, desde luego, no pocas acciones direccionadas en este sentido, pero la selección presentada ofrece una aproximación suficiente.

Esencia de la transmutación de lo urbano en espectáculo: personalización y seducción continua

La transformación de lo urbano en espectáculo desarrollada tiene una dimensión que va más allá de las manifestaciones empíricas en los distintos contextos que se han analizado en el apartado anterior. Esta dimensión se relaciona con la entrada de la sociedad en la posmodernidad que instaura un proceso de personalización y seducción continua. Néstor García Canclini señala que

el mercado reordena el mundo público como escenario del consumo y dramatización de los signos de status. Las calles se saturan de coches, de personas apresuradas hacia el cumplimiento de obligacio-

El sentido de la clásica convicción weberiana ha quedado ocluido por el predominio de concepciones economicistas de lo urbano; sin embargo, más tarde o más temprano se manifestará la necesidad de ampliar los alcances de la ciudadanía [esfera pública-política] a vastos conjuntos de la población. [...] se considera necesario recuperar la noción propiamente política y por lo tanto social de la ciudad, así como reafirmar la importancia de recuperar los espacios colectivos de la ciudad.

nes laborales o hacia el disfrute de una recreación programada, casi siempre, según el rendimiento económico. [...] El ciudadano se vuelve cliente, público consumidor. (García Canclini 1990: 268)

Gilles Lipovetsky (1992: 10-24), al desarrollar el proceso de constitución de la sociedad actual, reconoce que estamos ya regidos por el vacío, un vacío que no comporta, sin embargo, ni tragedia ni apocalipsis. Reconoce como un error el haber pregonado precipitadamente el fin de la sociedad de consumo, cuando está claro que el proceso de personalización no cesa de ensanchar sus fronteras. Estamos destinados a consumir, aunque sea de manera distinta, cada vez más objetos e informaciones, deportes y viajes, formaciones y relaciones, música y cuidados médicos. Eso es la sociedad posmoderna, no el más allá del consumo sino su apoteosis, su extensión hasta la esfera privada, hasta en la imagen y el devenir del ego llamado a conocer el destino de la obsolescencia acelerada, de la movilidad, de la desestabilización. Consumo de la propia existencia a través de la proliferación de los *mass media*, del ocio, de las técnicas relacionales, el proceso de personalización genera el vacío en technicolor. Más exactamente estamos en la segunda fase de la sociedad de consumo. Consumo que ha digerido la crítica de la opulencia. De esta manera, la vida de las sociedades contempo-

ráneas está dirigida desde ahora por una nueva estrategia que desbanca la primacía de las relaciones de producción en beneficio de una apoteosis de las relaciones de seducción. Con la categoría de *espectáculo*, los situacionistas anunciaban de algún modo esa generalización de la seducción. Indudablemente, a partir del mundo del consumo, con la proliferación lujuriosa de sus productos, imágenes y servicios, con el hedonismo que induce, con su ambiente eufórico de tentaciones y proximidad, la sociedad de consumo explicita sin rodeos la amplitud de las estrategias de seducción. Sin embargo, ésta no se reduce al espectáculo de la acumulación, más exactamente se identifica con la sobre multiplicación de elecciones, que la abundancia hace posible con la multitud de los individuos sumergidos en un universo transparente, abierto, que ofrece cada vez más opciones y combinaciones a medida, y que permite una circulación y selección libre. Y esto no es más que el principio. Esa lógica se desplegará ineluctablemente a medida que la tecnología y el mercado vayan poniendo a disposición del público una diversificación cada vez mayor de bienes y servicios. La seducción nada tiene que ver con la representación falsa de la teoría del espectáculo situacionista, es ella la que construye nuestro mundo y lo remodela según un proceso sistemático de personalización que consiste esencialmente en multiplicar y diversifi-

car las ofertas, en proponer más para que uno decida más, en sustituir la sujeción uniforme por la libre elección, la homogeneidad por la pluralidad, la austeridad por la realización de los deseos.

La seducción posmoderna es hacer de ella una "representación ilusoria de lo no vivido" (Lipovetsky 1992: 18). Es destrucción *cool* de lo social por un proceso de aislamiento que se administra ya no por la fuerza bruta o la cuadrícula reglamentaria sino por el hedonismo, la información y la responsabilización. Fase posmoderna de socialización, el proceso de personalización es un nuevo tipo de control social liberado de los procesos de masificación-reificación-represión.

Althabe (2000) señala que esta vivencia individual, y no colectiva, del espectáculo juega una marginalización en relación con el espacio como uso social y lugar de pertenencia. El espacio se transforma ya de la lógica de la simbolización a la lógica del espectáculo.

Analizando esta transformación de las prácticas sociales en el espacio, Marc Augé (1992 [1998: 82]) expresa que la sobremodernidad es productora de *no lugares*, es decir, de espacios que no son en sí lugares antropológicos (identificatorios, relacionales e históricos) y que, contrariamente a la modernidad baudeleriana, no integran los lugares antiguos. El espacio del *no lugar* no crea identidad, singularidad, ni relación, sino soledad y similitud. Tampoco le da lugar a la historia. La figura central y representante emblemática de lo urbano como espectáculo es el "turista urbano o el viajero", que no tiene relación de pertenencia con el lugar pero que, incluido por fuera, está disfrutando del espacio como espectáculo. Si bien por lo general es considerado como algo marginal, en realidad es central.

Prats (1997: 40-41) afirma que, con el turismo y la televisión, además de nuestra vida cotidiana, vivimos otras dos realidades ajenas a través de los "viajes" materiales o virtuales. Esto nos ha habituado también a convertir la realidad en espectáculo, es decir, a que todo (incluso la guerra y la miseria) podamos contemplarlo como espectadores, a la vez que la economía de mercado nos ha acostumbrado a que todo (también la guerra y la miseria) pueda convertirse en artículo de

consumo (aunque sea también como espectáculo), es decir, se pueda adquirir con dinero.

Como se ha comprobado, esta dinámica afecta también el ámbito del patrimonio. No solo edificios y monumentos, sino fiestas y tradiciones, procesos productivos y culturas enteras se han convertido en espectáculos, en artículos de consumo, ya sea para la televisión, ya sea para el turismo cultural (mucho más auténtico), hasta el punto que para muchas comunidades se ha convertido en el único o principal *modus vivendi*.

En esta misma línea de pensamiento, Augé (1992 [1998: 113]) reconoce que la sobremodernidad convierte a lo antiguo (la historia) en un espectáculo específico, así como a todos los exotismos y a todos los particularismos locales. En los no lugares de la sobremodernidad hay siempre un lugar específico para las "curiosidades", presentadas como tales.

Observaciones finales

El recorrido efectuado acerca de los distintos modos en que lo urbano se constituye en espectáculo, y el análisis de las lógicas subyacentes que lo acompañan, permite expresar como síntesis que las principales consecuencias de las transformaciones operadas en las ciudades y lo urbano vienen dadas por tres disociaciones:

- > La "operada entre la forma urbana y el sentido", que vinculaba a los habitantes. A partir de operaciones de cambio de imágenes que no emergen del campo social (producto del sentido colectivo) sino que entran en lógica del poder económico, buscando la legitimación de los alcaldes o intendentes y la atracción de capitales en la disputa por convertirse en auténticas ciudades globales.
- > La de "los espacios emergentes de cohabitación". A partir de que la ciudad y, más propiamente, su espacio público entran en la lógica del espectáculo, se transforman en lugar de pasaje y decorado.
- > La de "los espacios de cohabitación localizados en los márgenes urbanos". A partir de la reconstrucción de la ciudad

en sus bordes, nuevos centros comerciales, *telecottages*, etc.

Por lo tanto, el sentido de la clásica convicción weberiana ha quedado ocluido por el predominio de concepciones economicistas de lo urbano; sin embargo, más tarde o más temprano se manifestará la necesidad de ampliar los alcances de la ciudadanía (esfera pública-política) a vastos conjuntos de la población. En este contexto, se considera necesario recuperar la noción propiamente política y por lo tanto social de la ciudad, así como reafirmar la importancia de recuperar los espacios colectivos de la ciudad.

Estos espacios colectivos, que todos o que muchos usan, no son de por sí modalidades de emancipación o de liberación. Sin embargo, son espacios cuyo uso puede ser ligado con la emergencia de una estructura de relaciones sociales (grupo, movimiento, partida, asociación, etc.) capaz de actuar para la satisfacción de necesidades que los miembros de la propia estructura reconocen como comunes, a través del intercambio de información y la confrontación de las experiencias. Por lo tanto, estos espacios son también aquellos en donde el conflicto social latente se vuelve manifiesto, en la forma de choque entre intereses colectivos contrastantes. (Signorelli 1999: 51)

No es posible y tampoco deseable construir la cohabitación en base a espacios para el espectáculo. Resulta falso, contenido, fragmentario y explosivo ■

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALTHABE, Gerard. 2000. Seminario "Aproximaciones Antropológicas a la Ciudad y lo Urbano", Buenos Aires, junio 2000.

ALTHABE, Gerard, y Félix SCHUSTER 1999. *Antropología del presente* (Buenos Aires: Edicial)

ARENDT, Hannah. 1958. *The human condition* (Chicago. The University of Chicago Press). Traducción española por Ramón Gil Novales, *La condición humana* (Barcelona: Paidós, 1993).

AUGÉ, Marc. 1992. *Non-lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité* (Paris: Seuil). Traducción española por Margarita N. Mizraji, *Los no lugares. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad* (Barcelona: Gedisa, 1998)

BORJA, Jordi, y Manuel CASTELL 1997. *Local y global. La gestión de las ciudades en la era de la información* (Buenos Aires: Taurus)

BUSQUETS, Joan. 1993. "Perspectivas desde las ciudades", *Ciudad y Territorio*, tercer época, 1 (95-96), 163-174

FERNÁNDEZ GALIANO, Luis. 1988. "El espejismo de la arquitectura", *Notas desde el Sur* 5, 16-19

FRIEDMANN, John. 1998. "El bien común. Evaluando las ciudades", *Revista de la SIAP* XXX (117-118), 30-45

GARCÍA CANCLINI, Néstor. 1990. *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad* (México: Grijalbo)

HALL, Peter. 1988. *Cities of tomorrow* [Oxford: Basil Blackwell]. Traducción: española por Consuelo Freixa, *Ciudades del mañana. Historia del urbanismo en el siglo XX* (Barcelona: Serbal, 1996).

LIPOVETSKY, Gilles. 1992. *La era del vacío* (Barcelona: Anagrama)

PRATS, Llorenç. 1997. *Antropología y patrimonio* (Barcelona: Anell)

RODRÍGUEZ, Arantxa. 1995. "Planificando la revitalización de una vieja ciudad industrial. Bilbao", *Revista de la SIAP* XXVIII (110), 157-180.

SASSEN, Saskia. 1997. "Las ciudades en la economía global", en Simposio La Ciudad Latinoamericana y del Caribe en el Nuevo Siglo, Barcelona, marzo 1997.

SIGNORELLI, Amalia. 1999. *Antropología urbana* (México: Antrhopos, Universidad Autónoma Metropolitana).

SILVA, Armando. 1992. *Imaginario urbanos Bogotá y San Pablo: cultura y comunicación urbana en América latina* (Colombia: Tercer Mundo)

CURRICULUM

JUAN CARLOS ETULAIN es arquitecto, egresado de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad Nacional de La Plata (FAU-UNLP), especialista en ciencias del territorio (FAU-UNLP) y doctorando en la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad de Buenos Aires. Es profesor de la cátedra de Metodología de Investigación en la Escuela de Turismo de la Universidad Nacional de La Plata, docente del taller vertical de Arquitectura Nº 3 en la FAU-UNLP. Es investigador de la Unidad Nº 5 del Instituto de Estudios del Hábitat (IDEHAB) desde 1992, ha sido becario de iniciación, perfeccionamiento y formación superior de la Universidad Nacional de La Plata y becario posdoctoral del Conicet. Actualmente es prosecretario de Investigación de la FAU-UNLP. Ha asistido como ponente a diversos eventos nacionales e internacionales relacionados con el crecimiento y la forma urbana de las ciudades intermedias y centrales. Está dedicado al proyecto de tesis doctoral "La gestión urbanística mixta en ciudades centrales. Un estudio sobre la intervención en vacíos urbanos". Ha publicado trabajos y artículos referidos a su línea de investigación en diversas revistas, publicaciones y eventos internacionales.

ISABEL LÓPEZ es arquitecta, egresada de la Facultad de Arquitectura y Urbanismo de la Universidad Nacional de La Plata. En esta institución desarrolla actividades docentes de grado y posgrado, investigación y gestión universitaria, tales como secretaria de Extensión Universitaria, secretaria de Investigación y Posgrado y secretaria de redacción de la revista *47 al fondo*. Actualmente es profesora adjunta de Planeamiento Físico I y II, coordinadora académica de la Carrera de Especialización en Ciencias del Territorio y profesora del Magister en Ciencias del Territorio. También formó parte del equipo que diseñó ambos proyectos de carreras. Es profesora de Diagnóstico Situacional, Métodos y Técnicas de Investigación y profesora responsable del curso de posgrado "Iniciación en la Arquitectura del Paisaje". Desde los ochenta investiga en la Unidad Nº 5 del IDEHAB, desarrollando proyectos sobre temas de planificación y gestión urbana y territorial. También ha dirigido becarios de iniciación, perfeccionamiento y formación superior de la UNLP. Se ha desempeñado como director de Planeamiento y Desarrollo Urbano en los municipios de La Plata y Ensenada. Asistió como conferencista y ponente a diversos congresos y seminarios de orden nacional e internacional. Ha publicado trabajos y artículos, especialmente sobre temas relacionados con evaluaciones de planes o de aspectos sectoriales que miden la calidad de vida urbana.

Unidad Nº 5, Instituto de Estudios del Hábitat, Facultad de Arquitectura y Urbanismo, Universidad Nacional de La Plata | Calle 47 Nº 162, 1900 La Plata, Argentina

Tel.: (54-221) 423-6587 al 90, interno 248. Fax: interno 261 y 247
E-mail: investig@arqu.farup.unlp.edu.ar